

L'osservatorio LifeGate

DS6901

DS6901

Gli italiani e l'ambiente,
il 15% compra biologicodi **Valeriano Musiu**

Saranno gli eventi climatici estremi sempre più frequenti. O sarà il fatto che di ambiente si parla sempre più spesso, sia nei media sia in ambito aziendale. Ma, negli ultimi dieci anni, l'interesse sui temi legati alla sostenibilità ambientale e sociale è cresciuto fino a coinvolgere il 77% degli italiani (pari a 38 milioni di persone), in forte aumento rispetto al 41% del 2015. È uno dei risultati del 10° Osservatorio Nazionale sullo stile di vita sostenibile, promosso da LifeGate in collaborazione con l'Istituto di ricerca Eumetra Mr e presentato ieri a Villa Necchi Campiglio, a Milano.

L'indagine, svolta a livello nazionale con due focus su Milano e Roma, è stata realizzata a giugno su un campione di 800 individui rappresentativo della popolazione italiana. «Dal 2015 la sensibilità verso l'ambiente è cresciuta di anno in anno», ha osservato il sondaggista Renato Mannheim: «Il tema è diventato "sentito" per quasi 7 italiani su 10 rispetto al 48% del 2015». Al punto che cresce il numero di persone che traducono questa attenzione alla sostenibilità in azioni concre-

te: oggi l'11% degli italiani sceglie vacanze sostenibili, il 15% consuma alimenti biologici e il 14% compra capi di abbigliamento sostenibili.

Durante la mattinata si sono alternati sul palco diversi esperti a cui è stato chiesto di raccontare la propria visione della sostenibilità nei prossimi dieci anni. Oltre a Enea Roveda, ceo del gruppo LifeGate, e Simona Roveda, che ha condotto l'evento, il sindaco di Milano Beppe Sala, il presidente della fondazione *Corriere della Sera* Ferruccio de Bortoli, Mario Calderini, ordinario del Politecnico di Milano, la presidente della Fondazione Diversity Francesca Vecchioni e il divulgatore Giovanni Mori. Tanti i temi sul tavolo, dal ruolo dell'innova-

zione nella transizione ecologica a quello delle compagnie assicurative nella gestione delle catastrofi, dalle nuove forme di mobilità sostenibile all'importanza di rendere la *diversity & inclusion* una parte fondamentale delle strategie aziendali. Senza dimenticare la componente sociale, ancora poco familiare agli italiani ma fondamentale per garantire che la transizione ecologica non lasci indietro nessuno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il ceo di LifeGate
Enea Roveda